

<<世界玩具经典>>

图书基本信息

书名：<<世界玩具经典>>

13位ISBN编号：9787811278934

10位ISBN编号：7811278936

出版时间：2010-5-10

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：李墨谦

页数：201

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<世界玩具经典>>

### 前言

在此，感谢正在读这本书的您，不论是在书店翻阅还是买回家或者是管朋友借的，都要谢谢您，因为相识就是缘分。

关于这本书，其实就像它的名字一样醒目，这是一本介绍玩具和玩具公司历史的书籍。

可能是国内第一本吧（因为目前我还没有在国内见到类似选题的书籍，如果有请恕我孤陋寡闻），因此仍有许多不足之处，还望各位指点和见谅。

本人于2006年开始写这本书，想想看也已经有两年过去了。

而在这两年中发生的事情实在是太多了。

首先是我毕业了。

写这本书的时候我还在读大学三年级，而现在已经毕业待业在家了。

再就是这本书经历了无数亲朋好友的友情“校对”，写书用了一年时间，校对也用了一年时间。

而貌似即使我写完了最后这篇前言，书也得是2010年上市了，因此可以说这本书从写到校对再到出版，实际是用了四年时间。

其实我是想说，写这本书实在是有些挑战的，因为纸上的参考文献实在是太少太少了，我是凭借对玩具的无限热爱和互联网的帮助才得以完成。

而新玩具总是不断地涌现，其速度不亚于电脑的更新换代。

2006年写完初稿的时候我觉得已经差不多了，但如今回过头来再看，发现不少信息还是过时了。

于是只能再扩充内容。

或许当人在特别关注一件事情的时候，那件事情便会发展得飞快吧。

当然，即使本人如此希望这本书的内容更加充实，但仍有一些遗漏，比如像x-P1us、长谷川、Yamato、Medicom、DID等国际著名但属于小厂牌的玩具公司并没有列入这本书中，本人也很遗憾，主要还是缘于资料有限。

不多说了，最后祝您阅读愉快！

## &lt;&lt;世界玩具经典&gt;&gt;

## 内容概要

关于玩具与动画二者的关系我在本书附录——《动画高等教育的最后一块蛋糕——玩具设计专业》一文中已经阐释过了，在此不再赘述。

我只想谈一下《动画馆》系列丛书的宗旨：第一，每本书阐述的主题都应与动画有关；第二，每本书的内容都应与中国该领域现状有关。

比如说《世界玩具经典——公司·历史·大师》，我会要求作者阐述玩具与动画的关系以及中国玩具业的现状。

之所以强调这两点是从该系列丛书整体构思出发的：强调与动画的关系是为了“点题”，这是《动画馆》丛书，结果说的一切都和动画没关系，那岂不是笑话。

另外，该丛书的最终目的是帮助中国动画走出低谷，那么内容必须与中国国情有关。

你可以单独拿出一章写，也可以打散了在行文中体现，总之作者一定要带着这两个观点创作。

只有这样，才能保证该丛书整体论调统一而不至于像蒸散了的窝头一样单摆浮搁。

李墨谦在撰写此书时基本做到了这两点，他在具体的玩具案例分析中阐述了动漫艺术、产业如何发展的观点。

例如：《从“军曹现象”到“东映”合作——万代公司与动漫的紧密合作关系》、《从“寿屋”到御宅再到中国动漫》、《动漫周边对军模市场的冲击——“田宫”现状》等文章无疑对分析玩具与动画的关系提供了参考。

#### 作者简介

李墨谦，1985年出生，2008年毕业于中国传媒大学南广学院动画专业，动物公社主题玩具商店社长，《怪谈——日本动漫中的传统妖怪》一书的插图作者。

<<世界玩具经典>>

书籍目录

序言前言第1章 “模玩”的概念及分类 第一节 “模玩” 第二节 玩具的归类解释 扭蛋  
食玩 拼装玩具 可动人形 超合金 手办和PVC完成品 景品 雕像和半身像  
限量品、限定品 再版、复刻 “Made in China” 第2章 欧美著名玩具公司 第一节 从积木到  
教育——丹麦乐高(LEGO)公司 木匠和他儿子的故事——“乐高”的历史 “乐高”对教育与科  
技的贡献 “乐高”的现状 .....第3章 日本名著玩具公司附录 动画高等教育的最后一块蛋糕  
——玩具设计专业参考文献

## 章节摘录

质量是指产品或服务满足规定或潜在需要的特征和特性的总和。

媒体生产的产品是一种信息产品，其质量是一个媒体经济实力、人才实力的重要标志，是技术设备和管理水平的综合反映。

在市场竞争激烈的时代，媒体产品的质量是媒体的生命，质量意识就是媒体生命的灵魂。

对于媒体管理者和从业者来说，必须牢固树立质量意识。

其内涵包括：媒体必须有高度的质量责任感，即媒体在传播质量上要对国家、社会和受众、用户承担责任；媒体必须有质量的危机感和紧迫感，由于信息技术发展迅速，媒体之间的竞争越来越激烈，竞争的焦点是质量问题，没有质量就没有受众，没有广告，也就没有社会和经济效益，媒体的生存和发展将产生危机；媒体必须有质量的荣誉感，即媒体努力追求传播质量和服务质量应成为媒体管理者和从业者的精神支柱；媒体必须有质量的道德感，要严格遵守国家的各项法规，严格遵守媒体的职业道德，为不断提高媒体传播质量而贡献力量。

电视媒体是服务机构，为了制作高质量的电视节目，提供高质量的电视服务，电视媒体必须建立切实可行且行之有效的质量管理和控制体系。

电视节目质量是学界关注的热点，同时也是业界需要解决的难点。

目前，我国电视节目质量和管理存在诸多问题，尤其缺乏对电视节目质量的科学量化的评价标准和控制电视节目质量的科学方法与管理模式。

“电视节目质量模型与控制方法研究”是高福安教授主持的国家广播电影电视总局批准立项的科研项目，项目课题组认为，标准化管理可以提高工作质量和产品质量，将现代质量管理体系标准导入电视媒体，是探索现代质量管理理论用于电视节目生产和传播全过程的一种新的模式。

它有利于加强对频道运作和节目制作各个环节的控制；有利于提高以受众为焦点的意识，加强与受众的沟通及市场反馈意见的收集，制作出高收视率的节目；有利于增强电视媒体管理的系统性；有利于电视节目质量的持续改进。

为了更好地完成国家广电总局的项目，课题组在2003年对山东济南电视台进行了全面系统的调研，利用“基于ISO9000标准电视媒体质量管理体系研究”的方案与实现方法。

<<世界玩具经典>>

编辑推荐

《世界玩具经典:公司·历史·大师》是动画馆系列丛书之一。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>